

乐视车联公布“三大战略”发布

打造新一代智能互联的车内生态

青年报 程元辉

本报讯 日前,乐视车联在北京东区故事D-live举办了“前所未见”战略发布会,首次向外界公开了乐视车联“前所未见”的战略和组织,介绍了乐视车联为重新定义未来所进行的四层架构的业务布局。

“乐视SEE计划一直本着开放的原则,愿与全行业一道重塑汽车产业生态。乐视车联作为智能化和互联网化的最佳载体,承担着打通整个生态,构建核心竞争力的战略重任。”乐视超级汽车联合创始人、全球副董事长丁磊在发布会上表示。

在发布会上,乐视车联与北汽、比亚迪和东风正式签署了eolink合作协议;深圳航盛电子;惠州华阳通用和惠州德赛西威三家国内主流车机厂商也加入了乐视生态的合作阵营。

携手打造新一代智能互联的车内生态。当天,乐视车联还正式发布了两款“汽车可穿戴设备”——乐视行车记录仪和乐视轻车机套装。

同时,乐视还在发布会上宣布,“国内无人驾驶第一人”倪凯博士正式加盟,出任乐视超级汽车(中国)智能驾驶副总裁,将主要负责乐视在智能驾驶和无人驾驶领域的研发工作。

发布会上,乐视车联CEO何毅强调了乐视控股集团创始人



贾跃亭一句话——“战略决定组织,组织决定成败”。

战略上,乐视车联的战略有三大重点,即“颠覆”、“开放”和“全球化”。所谓颠覆,就是乐视将通过颠覆式创新来打造极致科技产品,通过生态系统和跨产业链垂直整合,给用户极致的体验,创造全新的商业模式。所谓开放,就是面向全球汽车产业链伙伴开放,通过前后装产品,以最快速度连接千万辆汽车,让全球汽车用户共享生态世界。通过乐视的应用开放平台(open.le.com),乐视车联启动了汽车应用接入开放,目前已与地图导航、音频播放、新闻播读等多个领域的知名CP合作;另一方面,乐视应用开放平台开放汽车生态,其中包括车况SDK、语音SDK、支付SDK等能力开放,通过开放与开发者共享生态,真正做到智能出行与生活的无障碍对接。所谓全球化,就是乐视车联不仅仅要在中国发展,更要形成面向全球汽车的连接和服务能力。

组织上,乐视车联将把跨国架构和跨界融合并行推进。早已走上全球化道路的乐视车联目前已经在全球拥有了接近300人的团队,其中海外员工50余人,形成了北京为总部、硅谷为创新中心、洛杉矶为集成中心、上海和成都为研发中心的跨国架构。乐视车联目前的团队汇聚了汽车及汽车电子领域、IT及通讯行业以及互联网及金融等多个行业的精英,发布会上还隆重介绍无人驾驶技术大咖倪凯的加盟。各路大咖在乐视开放包容的生态世界里碰撞融合、跨界化反。

组织上,乐视车联将把跨国架构和跨界融合并行推进。早已

■ 资讯

神州孕妈专车上线

本报讯 车键 日前,神州专车宣布联合公安部中国道路交通安全协会共同推出中国首部《孕妇专车安全服务规范》,同时推出国内首个孕妈专车产品——神州孕妈专车。

《孕妇专车安全服务规范》以孕妇安全出行为核心,在车辆、司机、服务和保障等四大方面制定科学、严格的标准,为孕妇出行用车提供行业指导标准。神州专车同时推出的孕妈专车,严格依照《孕妇专车安全服务规范》,并在此基础上进行了全面细化和升级,从四大维度保障孕妇的出行安全,为其提供贴心、高品质、极致的专车体验。

中国道路交通安全协会常务副理事长樊汉国在发布会现场中表示:“此次联合神州专车共同推出《孕妇专车安全服务规范》,从交通安全的角度提出了关于孕妇专车的安全服务规范,从而引领整个行业为广大孕妇提供更安全、更专业的互联网专车服务。”

神州专车CEO王培强也表示,“孕妇属于特殊群体,她们在出行过程中处于弱势,其出行安全保护问题应该引起全社会的关注,神州孕妈专车正由此‘应运而生’。”

据报道,2016年恰逢“金猴年”,又是二胎开放的第一年,预计全国将有2800万孕妇,创近年孕妇数量之最,而市面并没有一款真正面向孕妈的专车产品,其出行面临诸多不便,甚至可能发生各种安全事故。

Mazda CX-4:一马骑兵将于北京车展首发

青年报 孙臣

本报讯 近日,根据马自达汽车株式会社(以下简称“马自达”)的官方消息,他们计划在4月27日开幕的“2106年北京国际车展”上,向全球首次展示下一代全新轿跑SUV“Mazda CX-4”。

CX-4是全面采用“创驰蓝天”技术和“魂动”设计主题的马自达全新一代产品群的最新车型。以“Exploring-Coupe”(未来派轿跑SUV)概念研发的“Mazda CX-4”通过突破SUV既有概念“别具一格”存在感的外观设计,以人为本的研发理念以及精益求精的功能性,实现“可持续发展的Zoom-Zoom”理念的“人马一体”的操控性能的三点核心价值,创造性的全新SUV将给消费者带来更多的选择。

马自达对于设计与技术有一种偏执,没有科技含量和完美外观的车都无法进入马自达的产品群,可能也是这个原因导致现在马自达更新换代的速度相对缓慢,在追求销量的当下,仅靠Mazda6阿特兹、CX-5和Mazda3昂克赛拉显得略显乏力,老款车型已经无法持续销售。

虽然马自达这两年的销量都在持续增长,但两极化严重,长安马自达得益于CX-5和昂克赛拉的给力,销量一直是猛增



的势头,而一汽马自达就仅靠阿特兹苦苦支撑,销量每况日下。此次CX-4将在一汽马自达投产,有利于平衡两个合资公司的销量,也有助于马自达实现可持续发展。

其实,在去年广州车展上马自达发布的“越KOERU”概念车,这就是CX-4的原型,它很好地延续了概念车的整体线条,前脸的进气格栅采用盾形设计,下方镀铬装饰条为前脸增添了几分犀利。尾部方面,新车整体设计比较饱满,行李厢中部配备有镀铬条装饰,同时

配备双边共双出的排气系统。

笔者在去年就在一汽马自达内部得到消息,今年将会把CX-4投产在他们的产品群里,他们的信心也得到了补充,一马已经把CX-4的到来当成了提高销量的“骑兵”。而且还有一款大型SUV CX-9未来也计划投产在一汽马自达,现在一马可谓有了翻身之势,好产品是支撑他们的希望。

在笔者与马自达(中国)的几位高层对话中也了解到,马自达将会不断更新产品群,平衡两个合资公司的发展,一汽

马自达将慢慢步入健康的发展轨道。从网上反馈的消息来看,大众对于马自达的产品也有了偏爱,抛开它是日系车的前提,人们还是非常热衷它的外观设计和创驰蓝天的技术,操控性也是一大优势。

笔者开始慢慢喜欢马自达的这种偏执,因为这种偏执让更多的人爱上了马自达的产品,CX-5和阿特兹的热销也是CX-4未来在紧凑SUV市场里拼杀的保障,这一强作可能将进一步搅浑紧凑SUV市场,马自达的偏执之路仍在继续,期待着!

试驾上汽大众
Lamando 凌渡

本报讯 车键 好看、好开、好用上汽大众高颜值宽体轿车Lamando凌渡上市一年多以来,销量稳步攀升,并先后揽获“年度时尚轿车”、“年度品质车型”、“年度风云车”等多项实力大奖。

外貌控的至爱一辆车的第一印象、整体质感,与其外观造型紧密相关。高颜值的车型自然令“外貌控”一见倾心。据2015年全国汽车行业用户满意度测评(CACSI)结果显示,“车型好看”是消费者购车时最为看重的因素之一。许多消费者表示,凌渡的外型吸引眼球,是选择它的主要原因之一。

凌渡提供230TSI、280TSI、330TSI三款动力选择,匹配动力传递高效流畅的DSG七速双离合变速器,释放强劲动力。以330TSI车型为例,其发动机最大扭矩为300Nm/1450-4200rpm,宽泛的峰值扭矩区间带来迅猛的加速性0-100km/h加速仅需7.9秒。凌渡全系标配全独立悬架系统,配合EPS车速感应伺服转向系统以及低滚阻轮胎,带来清晰的路感反馈、精准的转向与出色的弯道循迹性。